

**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KONSUMSI BUAH NAGA
(*Hylocereus Polyrhizus*)
(STUDI KASUS :KECAMATAN PANYABUNGAN,
KABUPATEN MANDAILING NATAL)**

SKRIPSI

**Oleh:
MUHAMMAD WAHYUDI LUBIS
NPM :1404300196
Program Studi :AGRIBISNIS**



**FAKULTAS PERTANIAN
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA
MEDAN
2018**

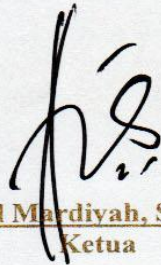
**ANALISIS FAKTOR YANG MEMPENGARUHI
KONSUMSI BUAH NAGA
(*Hylocereus Polyrhizus*)
(STUDI KASUS :KECAMATAN PANYABUNGAN,
KABUPATEN MANDAILING NĀTAL)**

SKRIPSI

Oleh:
MUHAMMAD WAHYUDI LUBIS
NPM :1404300196
Program Studi :AGRIBISNIS

Disusun Sebagai Salah Satu Syarat untuk Menyelesaikan Studi S1 pada Fakultas
Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

Komisi Pembimbing:



Ainul Mardiyah, S.P., M.Si
Ketua



Akbar Habib, S.P., M.P
Anggota

Disahkan Oleh:

H. Asri Kurni Munar, M.P



Tanggal Lulus: 16-10-2018

PERNYATAAN

Dengan ini saya:

Nama: MUHAMMAD WAHYUDI LUBIS

Npm : 1404300196

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi dengan judul Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Buah Naga di Kecamatan Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal berdasarkan hasil penelitian, pemikiran dan pemaparan asli dari saya sendiri. Jika terdapat karya orang lain, saya akan mencantumkan sumber yang jelas.

Demikian pernyataan ini saya buat sesungguhnya, dan apabila dikemudian hari ternyata ditemukan adanya penjiplakan (plagiarisme), maka saya bersedia dikenakan sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh. Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar tanpa paksaan.

Medan, 16 Agustus 2018

Yang Menyatakan



Mhd. Wahyudi Lubis

RINGKASAN

MUHAMMAD WAHYUDI LUBIS (1404300196/ AGRIBISNIS) dengan skripsi “Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Buah Naga”. Studi kasus di Kecamatan Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal. Penelitian ini dibimbing oleh Ibu Ainul Mardiyah, S.P.,M.Si. selaku ketua komisi pembimbing dan Bapak Akbar Habib, S.P.,M.P. Selaku Anggota Komisi Pembimbing.

Penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk mengetahui Harga Buah Naga dan Pendapatan Konsumen mempengaruhi konsumsi buah naga di Kecamatan Panyabungan. Penelitian ini dilaksanakan pada bulan mei sampai dengan juli 2018 di Pasar Tradisional Kecamatan Panyabungan . Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Harga dan Pendapatan Konsumen mempengaruhi jumlah konsumsi buah naga. Penentuan lokasi penelitian ini ditentukan secara *purposive*. Dalam penelitian ini sampel adalah orang yang berbelanja buah naga. Penarikan sampel dengan menggunakan *accidental sampling*. Adapun metode analisis data menggunakan Analisis Regresi Linier Berganda. Dan dapat disimpulkan bahwasanya Harga buah naga dan Pendapatan Konsumen sangat berpengaruh terhadap jumlah konsumsi buah naga.

RIWAYAT HIDUP

Muhammad Wahyudi Lubis, lahir di Kayu Jati 11 Januari 1996 dari pasangan Bapak H. Imron Lubis S.Pd, M.M dan Hj. Wirdaningsih Lubis S.Pd penulis merupakan anak pertama dari dua bersaudara.

1. Tahun 2002, menyelesaikan pendidikan Taman Kanak-Kanak di TK Aisyiyah Busthanul Athfa, Kecamatan Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal, Provinsi Sumatera Utara.
2. Tahun 2008, menyelesaikan pendidikan Sekolah Dasar Negeri 079 Kecamatan Panyabungan, Kab. Mandailing Natal, Provinsi Sumatera Utara.
3. Tahun 2011, menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Pertama Negeri 2 Kecamatan Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal, Provinsi Sumatera Utara.
4. Tahun 2014, menyelesaikan pendidikan Sekolah Menengah Atas di SMA Negeri 1 Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal Provinsi Sumatera Utara.
5. Tahun 2014, diterima di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Jurusan Agribisnis.
6. Tahun 2017, mengikuti Praktek Kerja Lapangan (PKL) di PTPN IV Unit Tinjowan.
7. Tahun 2018, melakukan penelitian skripsi di Kecamatan Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal, Provinsi Sumatera Utara.

Organisasi yang pernah diikuti:

1. OSIS di SMA NEGERI 1 PANYABUNGAN
2. Badan Pengurus Harian HIMAGRI di Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara

KATA PENGANTAR



Assalamu'alaikum Wr. Wb

Alhamdulillah puji syukur penulis ucapkan kehadiran ALLAH SWT yang telah memberikan rahmat dan karunia-nya kepada penulis dapat menyelesaikan proposal ini. Tidak lupa pula shalawat dan salam kepada Nabi Muhammad SAW dengan segala kerendahan hati dan kesucian iman, telah membawa umat dari masa kegelapan menuju masa yang terang benderang dengan ilmu pengetahuan.

Selesainya proposal yang berjudul “*Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Konsumsi Buah Naga (Hylocereus Polyrhizus)*” penelitian ini dilakukan di Kabupaten Mandailing Natal adalah salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana pertanian (S1) pada program studi Agribisnis, Fakultas Pertanian, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Penulis menyadari bahwa dalam menyelesaikan proposal ini masih jauh dari kesempurnaan. Dengan demikian penulis mengharapkan kritik dan saran yang bersifat membangun demi kesempurnaan pada penulisan skripsi nantinya.

Medan, Februari 2018

Penulis

UCAPAN TERIMA KASIH

1. Terimakasih untuk orang tua penulis, Ayahanda H. Imron Lubis S.Pd M.M dan Ibunda Alm. Hj. Wirdaningsih Lubis S.Pd serta keluarga tercinta yang telah memberikan dukungan baik berupa moral maupun material, semangat dan doa yang tiada hentinya kepada penulis.
2. Ibu Ainul Mardiyah, S.P, M.Si. selaku ketua komisi pembimbing dan Bapak Akbar Habib, S.P, M.P selaku anggota komisi pembimbing yang selalu membimbing penulis dengan sangat baik di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
3. Ibu Ir.Asritanarni Munar, M.P. selaku dekan fakultas pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Ibu Khairunnisa Rangkuti, S.P, M.Si. selaku ketua jurusan Agribisnis Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
5. Adinda Lia Mariana Lubis & Intan Permata Sari yang telah memotivasi dan mendo'kan penulis.
6. Sahabat Saya Faisal Hardi Pratama, Bobby Dwianggara, Elriza Amanda, Tanto Kurniawan, Intan Permata Sari, yang banyak membantu mendukung dan selalu menemani penyelesaian proposal ini.
7. Teman-teman agribisnis 5 2014 dan teman lainnya yang saling tolong menolong dalam menyelesaikan proposal ini.

Akhirnya hanya kepada ALLAH semua ini diserahkan. Keberhasilan yang diperoleh berasal dari kesalahan yang telah dibuat, karena manusia tidak luput dari kesalahan dan semua kebaikan merupakan anugrah dari Allah swt, dan semoga ada

kesempatan penulis membalas kebaikan dari semua pihak yang telah membantu penulis dalam menyelesaikan proposal ini dan semoga amal baik mereka diterima oleh Allah swt, Aamiin.

Medan, Februari 2018

Penulis

DAFTAR ISI

	Halaman
RINGKASAN	i
RIWAYAT HIDUP	ii
KATA PENGANTAR.....	iii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR GAMBAR.....	viii
DAFTAR TABEL	ix
BAB I PENDAHULUAN	
Latar Belakang.....	1
Identifikasi Masalah.....	3
Tujuan Penelitian	3
Kegunaan Penelitian	4
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	
Buah Naga	5
Manfaat Buah Naga	8
Macam-Macam Buah Naga	9
Konsumsi	10
Konsumen	11
Faktor yang Mengkonsumsi Buah Naga.....	11
Penelitian Terdahulu.....	12
Kerangka Pemikiran	13
Hipotesis Penelitian	14

BAB III METODE PENELITIAN

Metode Penentuan Lokasi Penelitian.....	15
Metode Penentuan Sampel Penelitian	15
Metode Pengumpulan Data.....	16
Metode Analisis Data	16
Metode Uji Asumsi Klasik	17
Definisi dan Batasan Operasional.....	18

BAB IV DESKRIPSI DAERAH PENELITIAN DAN KARAKTERISTIK SAMPEL

Deskripsi Daerah Penelitian	20
Letak dan Keadaan Geografis	20
Keadaan Penduduk	21
Sarana dan Prasarana.....	23
Karakteristik Sampel Penelitian	25
Umur	25
Pendapatan Konsumen	26

BAB V HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Pengaruh Harga Buah Naga dan Pendapatan.....	27
Uji Linieritas	27
Uji asumsi <i>Ordinary Least Squares</i> (OLS).....	27
Uji Kesesuaian (<i>Test Goodness Of Fit</i>) Model Dan Uji Hipotesis	31

BAB VI KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan	35
Saran	35

DAFTAR PUSTAKA.....	3
----------------------------	----------

DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran.....	15
Gambar 2. Grafik Uji Heteroskedastisitas Model Konsumsi Buah Naga.....	29
Gambar 3. Grafik Uji Asumsi Normalitas Konsumsi Buah Naga	30

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2.1. Kandungan Nutrisi Buah Naga	7
Tabel 2.2 Komposisi gizi per 100 gr Daging Buah Naga	10
Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin Kabupaten Mandailing Natal Tahun 2016	22
Tabel. 4.2 Penduduk Menurut Pekerjaan	23
Tabel. 4.3 Sarana dan Prasarana	24
Tabel. 4.4 Umur Sampel.....	25
Tabel. 4.5 Pendapatan Sampel Buah Naga.....	26
Tabel 5.1 Hasil Uji Linieritas Konsumsi Buah Naga	27
Tabel 5.2 Hasil Uji Asumsi Multikolinieritas Model Konsumsi Buah Naga.....	28
Tabel 5.3 Uji Asumsi Normalitas Model Permintaan Buah Naga Menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov	31
Tabel 5.4 Hasil Analisis Faktor Yang Mempengaruhi Permintaan Buah Naga	33

PENDAHULUAN

Latar Belakang

Buah-buahan di Mandailing Natal cukup beragam, buah yang dihasilkan umumnya dijadikan sebagai buah yang dikonsumsi segar. Namun dalam keadaan tertentu buah naga yang dihasilkan cukup banyak jumlahnya, misalnya pada saat panen raya. Dalam kondisi tersebut buah naga tersedia secara berlebihan sehingga diperlukan alternatif untuk memanfaatkannya. Salah satu alternatif tersebut ialah menjadikan buah sebagai produk olahan. Dengan melakukan pengolahan terhadap buah maka harga jual dapat meningkat, masa simpan menjadi lama dan jangkauan pemasaran lebih luas. Disamping itu pengolahan buah juga memungkinkan konsumen masih dapat menikmati cita rasa buah pada saat bukan musimnya (Winarno, 2014).

Menurut Pratomo (2013), jenis buah naga merah dapat menunjang industri hilir yang menyediakan berupa bahan produk makanan dan minuman. Rasanya lebih manis, beraroma dan lebih berair, sehingga buah naga jenis merah sangat baik dipakai sebagai bahan olahan. Warna hasil olahan sangat menarik asli berwarna merah terang, tanpa harus diberi tambahan pewarna, sehingga menghilangkan keraguan akan berakibat buruk pada kesehatan. Semakin merah warnanya semakin banyak pula unsur beta karoten yang ada didalamnya, oleh sebab itu peminat buah naga banyak yang memilih jenis buah naga merah.

Situasi yang mengkonsumsi buah di Mandailing Natal cenderung meningkat apalagi mulai populernya sekarang Buah Naga di Mandailing Natal.

Selain Rasanya yang enak juga memiliki kandungan gizi yang tinggi. Buah naga memiliki kandungan gizi yang tinggi dan baik bagi C,B1,B3,B12,Betakaroten, fosfor, kalsium, gula, sederhana, protein, serat dan lycopine (Anonim,2013).

Buah naga saat ini masuk dalam jenis buah yang banyak digemari di Madina, karena buah ini memiliki rasa asam manis yang lezat. Selain itu, buah ini juga memiliki banyak sekali vitamin yang baik untuk tubuh. Buah naga merupakan tumbuhan yang termasuk dalam keluarga kaktus. Buah naga identik dengan buah dari Asia, padahal aslinya tanaman ini berasal dari Amerika Tengah, Amerika Selatan, dan Meksiko. Pada tahun 1870 bangsa Perancis membawa buah ini ke Vietnam sebagai tanaman hias, karena memiliki rasa yang manis kemudian buah ini dikonsumsi oleh Warga Vietnam dan Cina. Buah yang satu ini teramat asing dan belum terlalu populer seperti buah jeruk. Sekilas nama buah ini sedikit nampak gagah berani apalagi dengan bentuk kulitnya yang menyerupai ular naga. Belakangan ini buah naga mulai naik daun alias ngetop banyak dicari orang pasalnya khasiat serta kandungan intisari di buah merah ini dipercaya sangat bagus untuk kesehatan jantung, menurunkan kolesterol, memperlancar peredaran darah, mengurangi tekanan emosi serta dapat menetralkan racun dalam aliran darah. Walhasil keberadaan buah naga lambat laun mulai dikenal serta dibeli orang sekarang ini khususnya untuk wilayah perkotaan banyak sekali dijual di tempat perbelanjaan khususnya di Pasar tradisional dan Swalayan (Anonim,2014).

Buah Naga memang sudah populer di Mandailing Natal dan peminatnya juga sudah cukup banyak yang ingin mengkonsumsi Buah Naga tersebut tetapi Petani buah Naga masih sedikit. Salah satu penyebab petani di Madina belum menanam untuk kemudian beralih kepada komoditi yang jauh lebih bernilai

ekonomi. Petani kita umumnya hanya mau menanam varian yang sudah dikuasainya secara turun temurun. Selain itu, petani kita kurang kemauan untuk belajar mengenal dan membudidayakan varian baru. “Sudah terbiasa”, itulah alasan yang selalu diutarakan jika petani ditanya apa sebabnya ia tak mau beralih ke tanaman lain yang jauh lebih menjanjikan (Isnaini,2013)

Berdasarkan latar belakang diatas maka penulis tertarik melakukan penelitian tentang Faktor yang mempengaruhi konsumsi buah Naga. Karena Buah Naga merupakan Tanaman yang baru populer di daerah Mandailing Natal dan Peminatnya Sudah cukup banyak tetapi Petani buah naga tersebut masih sedikit. Maka dari itu Penulis melakukan penelitian ini untuk mengetahui faktor apa saja yang mempengaruhi konsumen mengkonsumsi buah Naga di Kecamatan Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal.

Identifikasi Masalah

Permasalahan pada penelitian ini disusun dalam pertanyaan sebagai berikut:

- 1 Apakah Harga, Pendapatan Konsumen mempengaruhi jumlah konsumsi buah naga?

Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan :

1. Untuk mengetahui Harga buah naga dan Pendapatan Konsumen yang mempengaruhi jumlah konsumsi.

Kegunaan Penelitian

1. Sebagai bahan masukan dan pertimbangan bagi para pembaca yang memiliki ketertarikan terhadap pengaruh konsumsi buah naga.
2. Sebagai referensi bagi pihak-pihak yang berkaitan dengan faktor konsumsi buah naga.
3. Bagi penulis sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Fakultas Pertanian Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

TINJAUAN PUSTAKA

Buah Naga

Buah naga termasuk dalam keluarga tanaman kaktus dengan karakteristik memiliki duri pada setiap ruas batangnya. Aslinya berasal dari Meksiko, Amerika Selatan. Konon disebut buah naga, karena seluruh batangnya yang menjulur panjang seperti layaknya naga. Dalam perkembangannya, tanaman ini kemudian dikembangkan di Israel, Thailand dan Australia. Di Indonesia sendiri baru masuk sekitar tahun 2000 dan dibudidayakan untuk pertama kalinya oleh Joko Rainu Sigit, seorang warga Delangu, Klaten, Jawa Tengah. Awalnya tidak mudah bagi Joko. Ia mendatangkan sekitar 250 benih tanaman ini dari Thailand. Selama 2 tahun, bibit-bibit tanaman buah naga yang ia tanam tidak jauh dari rumahnya, tidak kunjung membuahkan hasil. Tapi setelah mempelajari karakteristik yang melekat pada tanaman ini, akhirnya upaya Joko untuk membudidayakan nya mulai tampak (Anonim, 2013).

Dalam dunia taksonomi, Buah Naga masuk ke dalam Family Cactaceae dan Subfamili Hylocereanea. Berikut klasifikasi Buah Naga secara lengkap:

Divisi	: Spermatophyta
Subdivisi	: Agiospermae
Kelas	: Dicotyledonae
Ordo	: Cactales
Famili	: Cactaceae
Subfamily	: Hylocereanea

Genus : *Hylocerus*

Spesies : *Hylocereus costaricensis*

Indonesia merupakan Salah satu Negara yang diberkahi kekayaan alam serta kesuburan tanah yang melimpah. Faktor ini menjadikan Nusantara memiliki potensi yang luar biasa termasuk dalam hal bercocok tanam. Sayangnya, bangsa ini memilih untuk menjadi negeri industri ketimbang negeri petani. Padahal dengan tanah yang subur, hamper semua tanaman tumbuh dengan mudah di Indonesia. Klasifikasi buah naga dalam ilmu taksonomi memang dimasukkan kedalam keluarga kaktus yang dikenal sanggup hidup lama meski tanpa air” (Nurul Idawati S.P 2012)

“Buah Naga sampai saat ini belum jelas siapa yang pertama kali membawa dan menanamnya di Indonesia. Namun, umumnya tanaman ini ditanam pertama kali oleh hobiis tanaman yang ingin bereksperimen dan mengembangkannya. Buah naga mulai dikembangkan di Indonesia pada tahun 2001. Hingga kini luas areal penanaman tanaman ini relatif masih sangat sedikit. Hal ini dapat dimaklumi karena buah naga masih tergolong langka” (Kristanto, 2013).

Rasa buah naga manis dengan sedikit masam dan berat per buahnya 400-650 gram, dan harganya di Indoneia berkisar antara Rp 25.000 – Rp 30.000 per kilogram pada tahun 2018. Buah naga memiliki kadar nutrisi yang baik, seperti yang tertulis di Tabel 1.

Tabel 2.1 Kandungan Nutrisi Buah Naga

Nutrisi	Kandungan
Kadar gula	13-18 briks
Air	90,20 %
Karbohidrat	11,5 g
Asam	0,139 g
Protein	0,53 g
Serat	0,71 g
Kalsium	134,5 mg
Fosfor	8,7 mg
Magnesium	60,4 mg
Vitamin C	9,4 mg

(sumber: Kristanto,2013)

Buah naga bentuknya bulat lonjong mirip buah nanas yang memiliki sirip, warna kulitnya merah jambu, dihiasi sulur atau sisik seperti naga. Di tiap negara namanya berbeda-beda seperti *Feuy Long Kwa* di Cina, *Clever Dragon* di Vietnam, *Kaew Mangkorn* di Thailand, *Shien Mie Kuo* di Taiwan, *Pitahaya* di Israel, *Melano* di Hawaii, *Rhino fruit* di Australia dan secara internasional dikenal dengan *dragon fruit* (Anonimus, 2014).

Kepopuleran buah naga di Indonesia dikenal sebagai salah satu buah yang mengandung khasiat obat. Buah ini mujarab digunakan untuk pengobatan (terapi) pada beberapa jenis penyakit kronis (Chevny 2013).

Cahyono (2013) menjelaskan buah naga memiliki khasiat yang sangat banyak yaitu, sebagai penyeimbang kadar gula bagi penderita kencing manis, menurunkan dan mencegah kadar kolesterol darah yang tinggi, pencegah penyakit tumor dan kanker, melindungi kesehatan mulut, pencegah pendarahan, pencegah dan mengobati keputihan, meningkatkan daya tahan tubuh,

menormalkan system peredaran darah, menurunkan tekanan emosi, menetralkan racun dalam tubuh, menurunkan kadar lemak, dan mencegah kulit busuk, menguatkan fungsi otak, melancarkan proses pencernaan, menyehatkan mata, menguatkan tulang dan pertumbuhan badan, menjaga kesehatan jantung, memperhalus kulit warna wajah dan mengobati sembelit.

Manfaat Buah Naga

Banyak yang salah dan menganggap buah ini berasal dari china. Mungkin orang terkecoh oleh namanya. Sebenarnya buah ini berasal dari padang pasir di Meksiko. Tanaman ini memang sejenis kaktus yang mampu hidup di daerah kering dan bernama latin *Hylocereus undatus*. Pohonnya sama seperti tanaman kaktus yaitu berbatang tebal dengan duri-duri kecil. Buah akan tumbuh diujung cabang dan tumbuh menjuntai (Nurul Idawati S.P 2012).

Khasiat obat pohon naga bukan hanya berasal dari buahnya saja, melainkan juga dari daun dan kulit buahnya. Selain buahnya lezat, naga merah (*Hylocereus Polyrhizus*) atau sering disebut red pitaya juga mempunyai khasiat obat antara lain sebagai penurun kadar gula darah pada penderita diabetes dan menghaluskan kulit (Anonim 2013).

Dengan mengonsumsi 1 buah naga merah (250 gram) setiap pagi dan sore selama delapan hari berturut-turut akan menurunkan kadar gula darah pada penderita diabetes. Selama mengonsumsi buah naga hendaknya penderita berhenti mengonsumsi nasi karena nasi merupakan sumber gula bagi penderita diabetes (Nairah, Psrasmatiwati, dan Endaryanto, 2009).

Macam-Macam Buah Naga

Terdapat tiga jenis buah naga yang dikembangkan yaitu buah naga daging putih (*Hylocereus undatus*), buah naga daging merah (*Hylocereus polyrhizus*) dan buah naga kulit kuning daging putih (*Selenicereus megalanthus*). Masing-masing buah naga memiliki karakteristiknya sendiri. Dari buah naga yang dikembangkan tersebut buah naga *Hylocereus polyrhizus* lebih sering dibudidayakan karena memiliki kelebihan tersendiri yaitu ukuran buah buah lebih besar dan warna daging lebih menarik. Sedangkan buah naga yang jarang dibudidayakan adalah buah naga *Selenicereus megalanthus* karena ukuran buah yang relatif kecil walaupun rasanya paling manis diantara jenis yang lain.

Selain digemari sebagai buah potong, buah naga juga ternyata sering dimanfaatkan sebagai tanaman obat. Buah naga kaya akan serat, vitamin, dan mineral

Tabel 2.2 Komposisi gizi per 100 gr daging buah naga

Komposisi	Buah naga putih	Buah naga merah	Buah naga kuning
Protein	0,5	0,159 – 0,229	0,4
Serat(g)	0,3	0,7 - 0,9	0,5
Lemak	0,3	0,21 – 0,61	0,1
Abu	0,3	0,28	0,4
Fosfor	19	30,02 – 36,1	16
Kalsium	6	6,3 – 8,8	10
Besi	0,4	0,55 – 0,65	0,3
Air	89,4	825 – 83	85,4
Karoten	-	0,005 – 0,012	-
Riboflavin	-	0,043 – 0,045	-
Tiamin	-	0,028 – 0,043	-

Ascorbic acid		8 – 9	4
Niasin	25	1,297 - 1,3	0,2
Ph	4,7 – 5,1		
Derajat kemanisan	10 – 13	13 – 15	18

Sumber : Rahayu 2014

Selain itu, kandungan yang terdapat dalam buah naga dapat menghentikan perkembangan sel tumor dan kanker. Buah naga juga memiliki kandungan magnesium sebesar 60,4 mg dan vitamin C nya mencapai 9,4 mg. Kandungan vitamin C yang cukup tinggi ini berfungsi menjaga daya tahan dan kekebalan tubuh. Selain penyeimbang gula darah, menurut badan litbang pertanian, buah naga juga sangat baik untuk memperbaiki kinerja otak, menguatkan tulang, memperbaiki fungsi ginjal, dan kandungan fitokimia dalam buah naga ternyata mampu mencegah munculnya kanker (Rahayu, 2014).

Konsumsi

Mengonsumsi buah naga merah ataupun buah naga putih sama-sama memberikan dampak yang sangat luar biasa untuk kesehatan tubuh kita. Dengan mengonsumsi buah naga secara rutin akan menambah kekebalan tubuh dan memberikan zat serta vitamin lain yang bermanfaat bagi tubuh kita. Manfaat dan kandungan buah naga sangat baik untuk berbagai macam hal dan pemenuhan vitamin dan mineral dalam tubuh. Manfaat buah ini sangat banyak jika dikonsumsi secara rutin maka akan membawa efek positif bagi tubuh. Buah naga sangat bermanfaat jika dikonsumsi sehari hari, buah ini memiliki kandungan air dan vitamin serta serat yang sangat tinggi. Selain itu, manfaat buah naga lainnya secara tidak langsung yang penting adalah untuk menurunkan kadar kolesterol,

memperkuat tulang dan gigi, merawat kesehatan mata, dan merawat kesehatan jantung (Daniel, 2013).

Konsumen

Keputusan membeli suatu produk untuk memenuhi kebutuhan hidup ada pada diri konsumen. Proses keputusan konsumen terdiri atas tahap pengenalan kebutuhan, pencarian informasi, evaluasi alternatif, pembelian, dan kepuasan konsumen (Sumarwan, 2015).

Perilaku konsumen merupakan tindakan suatu individu dalam membuat keputusan dalam membelanjakan sumber daya yang dimilikinya untuk memperoleh atau untuk mendapatkan barang dan jasa yang akan dikonsumsi nantinya. Dalam menganalisis perilaku konsumen tidak hanya menyangkut faktor - faktor yang mempengaruhi pengambilan keputusan konsumen dalam berbelanja tetapi proses pengambilan keputusan yang disertai dengan kegiatan pembelian suatu barang atau jasa (Simamora, 2013).

Faktor – Faktor yang Mempengaruhi Konsumen Mengonsumsi Buah Naga

Menurut Simamora (2014), faktor-faktor internal yang berpengaruh pada perilaku konsumen adalah faktor harga buah naga & Pendapatan konsumen. Peran setiap faktor-faktor ini berbeda untuk setiap produk yang berbeda.

Faktor Harga mempunyai pengaruh paling luas dan paling dalam terhadap perilaku konsumen untuk mengonsumsi buah naga. Pemasar harus memahami peran yang dimainkan oleh kultur, sub-kultur dan kelas sosial (Simamora, 2013).

Pengetahuan menggambarkan perubahan dalam tingkah laku individual yang muncul dari proses pendidikan yang dijalani (pengalaman). Pendidikan

seseorang sangat mempengaruhi pilihannya. Apabila pendidikan konsumen tinggi maka akan lebih memilih barang yang berkualitas baik, tingkat pendidikan dapat dilihat dari pendidikan terakhir konsumen (Setiadi, 2014).

Peran dan status konsumen merupakan posisi seorang menjadi anggota kelompok, keluarga, klub, dan organisasi. Peran terdiri aktivitas yang diharapkan dilakukan seseorang menurut orang-orang yang ada disekitarnya. Setiap peran membawa status yang mencerminkan penghargaan yang diberikan oleh masyarakat. Faktor psikologis utama yang mempengaruhi pilihan pembelian yaitu motivasi, persepsi. (Simamora, 2013).

Penelitian Terdahulu

Hasil penelitian terdahulu atas nama Pebrianto (2014), tentang efisiensi pemasaran dan faktor-faktor yang menentukan pembentukan harga cabai merah di tingkat petani di Desa Sinar Harapan Kecamatan Kedondong Kabupaten Lampung Selatan, menunjukkan bahwa pemasaran cabai merah di Desa Sinar Harapan Kecamatan Kedondong Kabupaten Lampung Selatan belum efisien. Hal ini diketahui dari adanya perbedaan nilai Rasio Profit Margin (RPM) yang cukup tinggi antara pedagang pengumpul di Desa Sinar Harapan dan pedagang besar, serta pedagang pengecer yang ada di Pasar Induk Tamin dan Pasar Pasir Gintung Tanjung Karang.

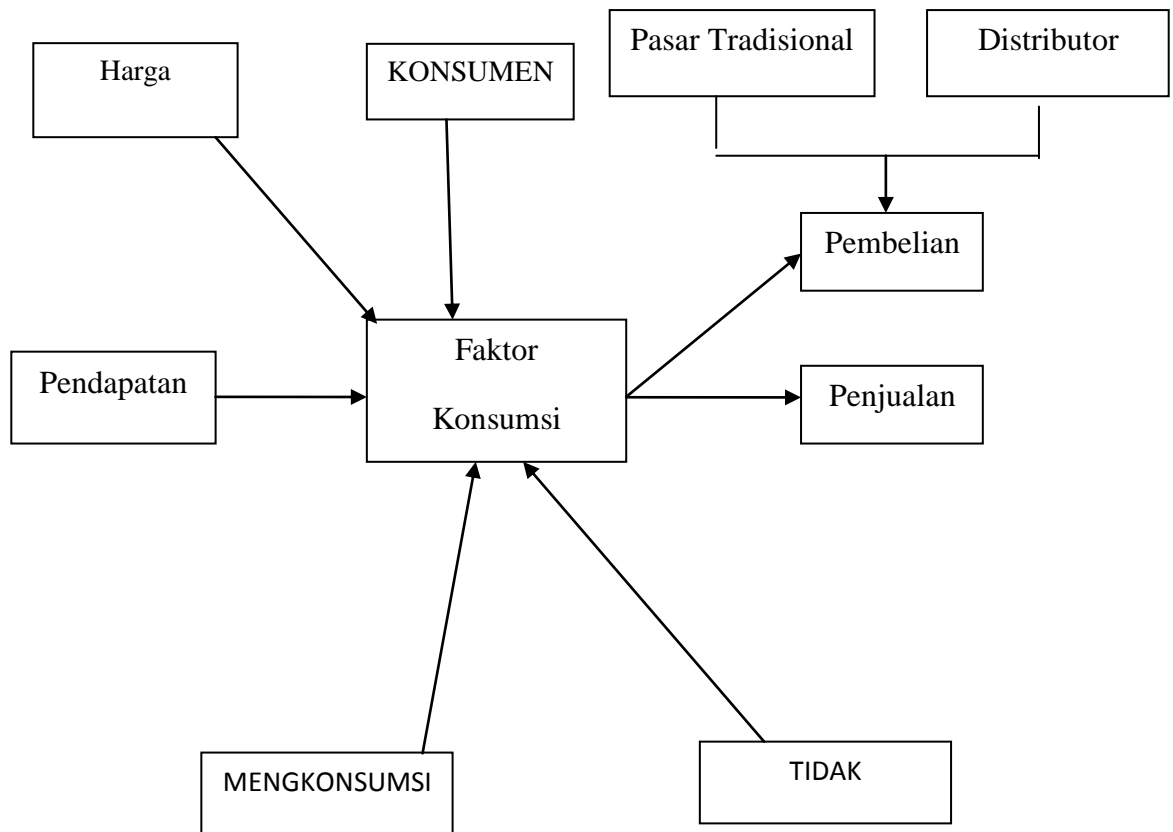
Yang Kedua Hasil Penelitian Febi Andana Permata Sari (2016) yang berjudul *Analisis Perilaku Konsumen Buah Pisang Ambon di Pasar Traditional di Kota Palembang*, Hasil Penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar faktor bauran pemasaran yaitu produk, harga dan tempat mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian buah pisang ambon, kecuali promosi. Faktor-

faktor yang dipertimbangkan konsumen dalam membeli pisang ambon di pasar tradisional di kota Palembang dimulai dari faktor yang memberikan pengaruh paling besar secara berurutan adalah faktor produk, faktor Harga, Faktor tempat, dan Faktor Selera.

Kerangka Pemikiran

Konsumen/ pembeli dalam mengkonsumsi atau tidak buah naga berhubungan perilaku konsumen. Perilaku konsumen di pengaruhi oleh beberapa faktor yaitu faktor harga dan faktor pendapatan. Faktor dari kedua tersebut sangat penting di dalam mengkonsumsi buah naga.

Penawaran Pasar Tradisional didapat dari adanya kesepakatan antara permintaan dari konsumen dan penawaran distributor. Dari penawaran yang di sediakan oleh Pasar Tradisional maka akan menghasilkan permintaan konsumen yaitu konsumen membeli buah naga.



Gambar 1. Skema Kerangka Pemikiran

Keterangan:



: Ada hubungan

Hipotesis Penelitian

Sesuai dengan landasan teori yang telah dibuat, maka disajikan hipotesis yang akan diteliti sebagai berikut :

1. Faktor Harga dan faktor Pendapatan mempengaruhi keputusan (mengkonsumsi/tidak mengonsumsi) konsumen buah naga di Kecamatan Panyabungan.

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode studi kasus (*case study*) yaitu studi kasus merupakan metode yang menjelaskan jenis penelitian mengenai suatu objek tertentu selama kurun waktu tertentu atau fenomena yang ditentukan pada suatu tempat yang belum tentu sama dengan daerah lain.

Metode Penentuan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ditentukan secara *Purposive*, yaitu secara sengaja. Di Kecamatan Panyabungan karena sesuai dengan karakteristik penelitian. Penentuan lokasi tersebut diambil karena Kecamatan Panyabungan adalah lokasi yang akan diteliti oleh peneliti.

Metode Penentuan Sampel Penelitian

Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek/subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Populasi dalam penelitian ini adalah konsumen yang sedang membeli buah naga di pasar tradisional Kecamatan Panyabungan. Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh oleh populasi tersebut (Sugiyono, 2016)

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah menggunakan teknik *accidental sampling* dimana penentuan sampel berdasarkan kebetulan, yaitu siapa saja yang secara kebetulan bertemu dengan peneliti dapat digunakan

sebagai sampel, bila dipandang orang yang kebetulan ditemui itu cocok sebagai sumber data (Sugiyono, 2016).

Menurut Baley dalam Andriani (2014), untuk penelitian yang menggunakan analisis data statistik, ukuran sampel paling minimum adalah 30 dengan rumus dimana ukuran populasi tidak diketahui dan diasumsikan populasi berdistribusi normal.

Metode Pengumpulan Data

Data yang dikumpulkan dalam penelitian ini meliputi data primer dan data sekunder. Data primer yaitu data primer diperoleh dengan cara wawancara dan pengisian daftar pertanyaan menggunakan kuesioner terstruktur oleh Responden yang akan dipersiapkan terlebih dahulu. Data sekunder diperoleh dari instansi-instansi atau lembaga terkait dengan penelitian ini.

Metode Analisis Data

Untuk menjelaskan rumusan masalah yaitu menggunakan Regresi Linier Berganda seperti sebagai berikut:

- a. Variabel bebas terdiri dari dua variabel yaitu harga buah naga, pendapatan.
- b. Variabel terikat adalah Konsumsi buah naga.

Adapun persamaan umum dari regresi linear berganda adalah sebagai berikut:

$$Y = a + b_1 X_1 + b_2 X_2 + e$$

Keterangan :

Y : Konsumsi Buah Naga

a : Konstanta

b_1, b_2 : koefisien Regresi

X_1 : Harga (Rupiah)

X_2 : Pendapatan (Rupiah)

e : Error

Uji Asumsi Klasik

a. Asumsi Normalitas

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah nilai *residual* dari model regresi yang dibangun mempunyai distribusi normal atau tidak. Jika *residual* berasal dari distribusi normal, maka nilai-nilai sebaran data pada grafik *Normal PP Plot of Regression Standardized Residual* akan terletak di sekitar garis diagonal atau tidak terpencar jauh dari garis diagonal. Normalitas juga dapat dilihat dengan menggunakan uji *one sample* Kolmogorov-Smirnov. Jika signifikansi lebih besar dari $\alpha_{0,05}$ maka disimpulkan data berdistribusi normal.

b. Asumsi Multikolinieritas

Salah satu dari asumsi model regresi linier klasik adalah bahwa tidak terdapat multikolinieritas diantara variabel yang menjelaskan yang termasuk dalam model. Uji asumsi multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah ditemukan adanya korelasi atau hubungan antar variabel eksogen dalam model regresi. Korelasi di antara variabel eksogen seharusnya tidak terjadi dalam model regresi yang baik. Adapun batasan-batasan yang digunakan dalam pengujian multikolinearitas adalah sebagai berikut:

- a. Apabila nilai VIF kurang dari 0,1 atau nilai VIF melebihi 10
- b. Apabila korelasi antara dua variabel bebas melebihi 0,8
- c. Adanya statistik F dan koefisien determinasi yang signifikan namun diikuti dengan banyaknya statistik t yang tidak signifikan (Sujianto, 2009).

c. Asumsi Heteroskedastisitas

Heteroskedastisitas terjadi bila variansinya tidak konstan, sehingga seakan-akan ada beberapa kelompok data yang mempunyai besaran error yang berbeda-beda sehingga bila diplotkan dengan nilai \hat{Y}_i akan membentuk suatu pola. Gujarati (1988) menyatakan bahwa ada beberapa metode yang dapat digunakan untuk mendeteksi heteroskedastisitas dalam model. Dalam penelitian ini, heteroskedastisitas dideteksi dengan metode metode grafik, yaitu melalui grafik sebaran nilai-nilai *residual* terhadap nilai-nilai prediksi. Jika sebaran membentuk suatu pola tertentu maka terjadi heteroskedastisitas.

Defenisi dan Batasan Operasional

Untuk menghindari kesalahpahaman dalam penafsiran, maka dibuatlah beberapa defenisi dan batasan opsional sebagai berikut:

Defenisi

1. Konsumen dalam penelitian adalah orang berbelanja buah naga dan mengenal buah naga di lokasi penelitian yang menjadi responden.
2. Daerah penelitian dilaksanakan di Kecamatan Panyabungan, Kabupaten Mandailing Natal, Provinsi Sumatera Utara.
3. Harga buah naga adalah harga rata-rata yang ditetapkan oleh pasar tradisional pada waktu penelitian.

4. Pendapatan adalah besarnya gaji/pensiunan/ dalam mengkonsumsi Buah Naga dalam rupiah.
5. Perilaku konsumen adalah suatu sikap konsumen buah naga untuk mengambil keputusan membeli atau tidak buah naga yang berdasarkan pengaruh faktor-faktor tertentu.

Batasan operasional

1. Penelitian ini dilakukan di Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal.
2. Penelitian komoditi unggulan ini dilakukan agar kita mengetahui bahwa Kecamatan Panyabungan Kabupaten Mandailing Natal memiliki tanaman buah unggulan.

DESKRIPSI DAERAH PENELITIAN DAN KARAKTERISTIK SAMPEL

Deskripsi Daerah Penelitian

Letak dan Keadaan Geografis

Berdasarkan Undang-undang Nomor 12 Tahun 1998 tentang Pembentukan Kabupaten Mandailing Natal menjelaskan bahwa Kabupaten Mandailing Natal merupakan pemekaran dari Kabupaten Tapanuli Selatan. Kabupaten ini merupakan kabupaten yang terletak di Provinsi Sumatera Utara, terletak antara $0^{\circ}10^0-1^{\circ}50^0$ Lintang Utara dan $98^{\circ}50^0-100^{\circ}10^0$ Bujur Timur. Kabupaten Mandailing Natal menempati area seluas 662.069,99 Ha yang terdiri atas 23 kecamatan, 407 desa/kelurahan definitif.

Wilayah Kabupaten Mandailing Natal berbatasan langsung dengan Kabupaten Tapanuli Selatan dan Kabupaten Padang Lawas di sebelah Utara, Provinsi Sumatera Barat di sebelah Selatan dan Timur, dan Samudera Indonesia di sebelah Barat. Secara topografis, Kabupaten Mandailing Natal dibedakan atas tiga bagian, yaitu : a) Dataran rendah, merupakan daerah pesisir dengan luas 160.500 Ha (24,24%), b). Dataran landai seluas 36.585 Ha (5,49%), c). Dataran tinggi dibagi dua, yaitu perbukitan seluas 112.000 Ha (16,9%) dan daerah pegunungan seluas 353.185 Ha (53.34%).

Jumlah penduduk Kabupaten Mandailing Natal tahun 2016 adalah sebesar 435.303 jiwa dengan kepadatan penduduk sebesar 65 jiwa per km^2 . Jumlah penduduk terbanyak terdapat di Kecamatan Panyabungan yaitu sebanyak 83.319

jiwa dan jumlah penduduk terkecil terdapat di Kecamatan Pakantan yaitu sebanyak 2.302 jiwa. Rasio jenis kelamin sebesar 96,41 yang artinya tiap 100 penduduk perempuan, terdapat kira-kira 96 penduduk laki-laki. Dengan kata lain jumlah penduduk laki-laki lebih sedikit dibandingkan dengan jumlah penduduk perempuan. Laju pertumbuhan penduduk Kabupaten Mandailing Natal dari tahun 2015-2016 sebesar 1,02 persen.

Keadaan Penduduk

a. Penduduk Menurut Kelompok Umur

Ditinjau dari sisi kelompok umur, persentase penduduk Kabupaten Mandailing Natal usia 0-14 tahun sebesar 35,35 persen, usia 15-64 tahun sebesar 60,60 persen dan usia 65 tahun ke atas sebesar 4,05 persen. Hal ini menunjukkan bahwa jumlah penduduk usia produktif (usia 15-64 tahun) lebih besar dibandingkan penduduk usia non produktif (usia 0-14 tahun dan usia 65+). Jumlah penduduk usia produktif sebesar 60,6 persen sedangkan jumlah usia non produktif sebesar 39,4 persen. Maka, *dependency ratio* sebesar 65,01 persen artinya setiap 100 orang penduduk usia produktif di Kabupaten Mandailing Natal menanggung sekitar 65 orang penduduk usia non produktif.

Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Menurut Kelompok Umur dan Jenis Kelamin Kabupaten Mandailing Natal Tahun 2016

Jenis Kelamin	Usia (Tahun)	Jumlah Penduduk (orang)	Persentase Penduduk (%)
Laki-Laki	0-14	14.400	36,62
	15-64	18.124	60,13
	65+	4.372	3,25
Total Laki-Laki		39.464	
Perempuan	0-14	16.230	34,13
	15-64	23.247	61,06
	65+	6.940	4,82
Total Perempuan		43.849	
Laki-Laki + Perempuan	0-14	30.630	35,35
	15-64	41.371	60,60
	65+	11.312	4,05
Total		83.319	

Sumber : BPS Kabupaten Mandailing Natal Tahun 2016

b. Penduduk Menurut Jenis Pekerjaan

Mata pencarian penduduk Kabupaten Mandailing Natal bermacam jenisnya yaitu pegawai negeri, pegawai swasta, tenaga pengajar, tenaga kesehatan, dan masih banyak lagi yang lain jenis dan macam pekerjaannya.

Tabel. 4.2 Penduduk Menurut Pekerjaan

No	Mata pencarian	Jumlah	Persentase (%)
1.	Pegawai Negeri	3.727	13,20
2.	Pegawai Swasta	4.580	20,04
3.	TNI/POLRI	3.326	11,60
4.	Tenaga Pengajar	2.426	6,30
5.	Tenaga Kesehatan	4.290	14,37
6.	Lain-lain	22.862	34,49
Jumlah		41.211	100

Sumber : BPS Kabupaten Mandailing Natal Tahun 2016

Tabel 4.2 Menunjukkan bahwa jumlah pekerjaan penduduk yang terbesar adalah sebagai tenaga pegawai swasta yaitu sebesar 4.580 (20.04%), tenaga kesehatan sebesar 4.290 orang (14,37), pegawai negeri 3.727 orang (13,20,%), TNI/POLRI sebesar 3.326 orang (11,60%) dan tenaga pengajar sebesar 2.426 orang (6,30%) dan pekerjaan yang lain-lain yaitu gabungan dari berbagai pekerjaan yang tidak disebutkan satu persatu yaitu sebesar 22.862 orang (34,49%). Data tersebut menunjukkan bahwa dari jumlah penduduk Kecamatan panyabungan yang berusia produktif hanya sebagian kecil saja yang sudah bekerja.

Sarana dan Prasarana

Sarana dan prasarana sangat mempengaruhi perkembangan dan kemajuan masyarakat. Semakin baik sarana dan prasarana akan mempercepat laju pembangunan. Sarana dan prasarana di Kecamatan Panyabungan sekarang ini sangat baik, hal ini dapat dilihat dari jenis-jenis sarana yang tersedia baik sarana pendidikan, kesehatan, tempat peribadatan, transportasi dan pasar yang sudah cukup memadai.

Tabel. 4.3 Sarana dan Prasarana

No	Sarana dan Prasarana	Jumlah (Unit)
	1. Sekolah	
	a. SD	7
	b. SLTP	11
	c. SMA	15
	d. Perguruan tinggi	1
	2. Transportasi	
	a. Jalan Baik	32 KM
	b. Jalan Sedang	24 KM
	c. Jalan Rusak	12 KM
	3. Pasar	
	a. Pasar Tradisional	2 KM

Sumber : BPS Kabuoaten Mandailing Natal Tahun 2016

Sarana pendidikan di Kecamatan Panyabungan sangat lengkap mulai dari Play Group, Taman Kanak – kanak, Sekolah Dasar berjumlah, Sekolah Lanjut Tingkat Pertama berjumlah, Sekolah Lanjut Tingkat Atas hingga ke Perguruan Tinggi dengan berbagai tingkat strata. Status sekolah pun beragam mulai dari negeri, swasta maupun sekolah luar negeri yang tersebar di setiap sudut dan pelosok Kecamatan Panyabungan dengan kualitas yang beragam.

Sarana transportasi sangat lengkap di panyabungan, angkutan kota sangat banyak ke segala penjuru Kota Panyabungan. Panjang jalan Kota Panyabungan 68 km. jalan yang dalam kondisi baik sepanjang 32 km, jalan dalam kondisi sedang 24 km, dan jalan dalam kondisi rusak sepanjang 12 km.

Pasar tradisional tidak terlalu banyak yang ada di kota panyabungan tetapi masyarakat mudah memilih yang ingin di belanjakan karena penjual di pasar tersebut sudah banyak. Pasar tradisional umumnya buka pada pagi atau sore hari setiap hari nya.

Karakteristik Sampel Penelitian

Sampel dalam penelitian ini adalah konsumen pembeli buah naga yang terdapat di pasar Kota Panyabungan. Karakteristik konsumen sampel yang dimaksud adalah meliputi karakteristik sosial ekonomi yang terdiri dari umur, jumlah tanggungan, dan pendapatan.

Umur

Tingkat pembelian konsumen sangat dipengaruhi oleh usianya, orang akan merubah pola pembeliannya ketika umurnya terus bertambah. Adapun keadaan umur konsumen sampel di daerah penelitian dapat dilihat dari Tabel 13 berikut.

Tabel. 4.4 Umur Sampel

No	Kelompok Umur (Tahun)	Jumlah (Jiwa)	Jumlah (%)
1	19 – 23	9	29,2
2	24 – 28	10	30,1
3	29 – 33	8	28,2
4	34 – 38	1	5.2
5	39 – 43	2	8,3
Jumlah		30	100

Sumber : data diolah dari lampiran

Dari Tabel 4.4 tersebut dapat dilihat jumlah konsumen sampel terbesar berada pada umur 24-28 tahun dengan jumlah 10 orang atau 30,1% dan yang terkecil pada kelompok umur 34-48 tahun dengan jumlah 1 orang atau 5,2%.

Pendapatan Konsumen

Daya beli masyarakat dapat dilihat melalui pendapatannya, jika pendapatan yang diperoleh cukup tinggi, maka pada umumnya daya beli masyarakat juga tinggi. Pendapatan konsumen buah naga di daerah penelitian digolongkan berdasarkan penggolongan pengeluaran perkapita per bulan cukup bervariasi, untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada Tabel 16 berikut.

Tabel. 4.5 Pendapatan Sampel Buah Naga

No	Pendapatan	Jumlah (Jiwa)	Jumlah (%)
1	1.000.000 – 5.000.000	28	86,4
2	>5.000.000	2	13,6
Jumlah		30	100

Sumber : Data diolah dari Lampiran 1

Dari Tabel 4.5 dapat dilihat pendapatan rata-rata konsumen yang menjadi sampel pada penelitian ini terdapat di kelompok kedua dengan penghasilan diatas lima juta per bulan yaitu sebesar 28 jiwa atau sebesar 86,4%. Sedangkan yang terendah yaitu sebesar 2 jiwa atau sebesar 13,6% berpenghasilan antara satu juta sampai lima juta rupiah per bulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Analisis Pengaruh harga buah naga dan pendapatan terhadap-ap konsumsi buah naga di Kota Panyabungan.

Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk melihat apakah hubungan antara variabel terikat (keputusan konsumen) dengan variabel bebas (harga buah naga dan pendapatan) linier atau tidak. Hasil pengujian dapat dilihat pada Tabel 5.1.

Tabel 5.1 Hasil Uji Linieritas Konsumsi Buah Naga

Variabel Bebas	Signifikansi <i>Defiation from Linearity</i>	Keterangan
Harga buah naga	0,622	Linier
Pendapatan	0,862	Linier

Sumber: Data Primer diolah

Pengujian pada SPSS dengan menggunakan *Test Deviation from Linearity* dengan pada taraf signifikansi 0,1. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (*Deviation from linearity*) lebih besar dari 0,1. Dari Tabel 5.1 dapat dilihat bahwa nilai *deviation linierity* $> 0,1$. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hubungan antara variabel bebas dan variabel terikat adalah linier.

Uji asumsi *Ordinary Least Squares* (OLS)

Sebelum dilakukan uji kesesuaian (*goodness of fit*) model, perlu dilakukan uji asumsi untuk mendeteksi terpenuhinya asumsi-asumsi dalam model regresi linier

Keputusan konsumen buah naga yang dispesifikasi. Hasil pengujian asumsi klasik diuraikan pada bagian berikut.

1. Uji Asumsi Multikolinieritas

Hasil uji asumsi multikolinieritas disajikan pada Tabel 5.2. Tabel 5.2 menunjukkan bahwa masing-masing variabel bebas memiliki nilai toleransi (*tolerance*) lebih besar dari 0,1 dan nilai *VIF* lebih kecil dari 5. Hal ini menunjukkan tidak terjadinya multikolinieritas. Maka dapat disimpulkan bahwa model regresi keputusan konsumen buah naga terbebas dari masalah multikolinieritas.

Tabel 5.2 Hasil Uji Asumsi Multikolinieritas Model Konsumsi Buah Naga

No	Variabel Bebas	<i>Collinierity Statistics</i>	
		<i>Tollerance</i>	<i>VIF</i>
1	Harga buah naga	0,99	1,00
2	Pendapatan	0,99	1,00

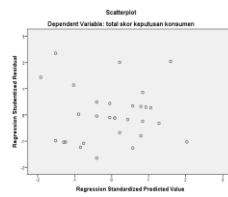
Sumber: Analisis Data Primer (Lampiran)

2. Uji asumsi heteroskedastisitas

a. Analisis grafik

Hasil uji asumsi heteroskedastisitas dengan menggunakan analisis grafik untuk model keputusan konsumen buah naga disajikan pada Gambar 2.

Scatter Plot
Dependent Variable : Keputusan Konsumen



Gambar 2. Grafik Uji Heteroskedastisitas Model Konsumsi Buah Naga

Hasil uji asumsi heteroskedastisitas dengan menggunakan analisis grafik untuk model keputusan konsumen buah naga disajikan pada gambar 2. Gambar 2 menunjukkan bahwa penyebaran titik-titik varian residual adalah sebagai berikut:

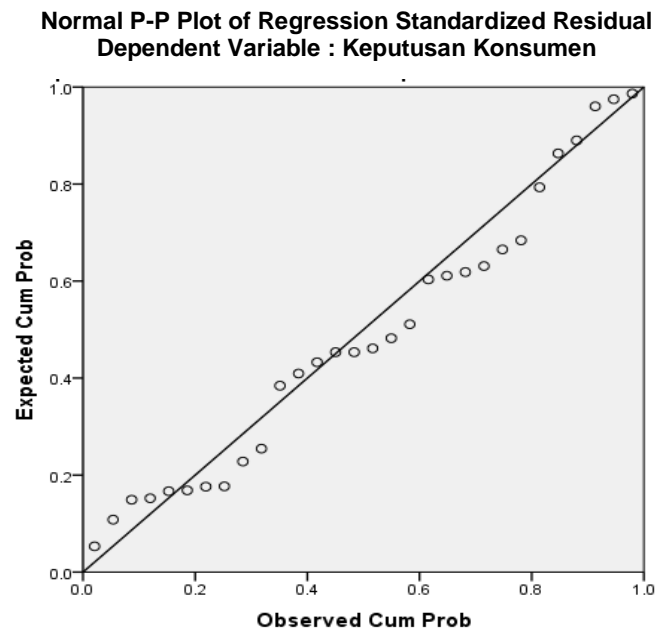
- a. Titik-titik data menyebar di atas dan di bawah atau di sekitar angka 0.
- b. Titik data tidak mengumpul hanya di atas atau di bawah saja.
- c. Penyebaran titik-titik data tidak dapat membentuk pola bergelombang menyebar kemudian menyempit dan melebar kembali.
- d. Penyebaran titik-titik data tidak berpola.

Hal ini menunjukkan tidak terjadinya heteroskedastisitas. Maka dapat dinyatakan model regresi keputusan konsumen buah naga terbebas dari masalah heteroskedastisitas.

3. Uji asumsi normalitas

a. Analisis grafik

Hasil uji asumsi normalitas residual model tingkat keputusan konsumen buah naga dengan menggunakan analisis grafik disajikan pada Gambar 3.



Gambar 3. Grafik Uji Asumsi Normalitas Keputusan Konsumen Buah Naga

Gambar 3 menunjukkan bahwa data terlihat menyebar mengikuti garis diagonal. Hal ini menunjukkan bahwa data residual model terdistribusi dengan normal. Maka dapat dinyatakan bahwa model regresi linier keputusan konsumen buah naga memenuhi asumsi normalitas.

b. Uji Kolmogorov – Smirnov

Hasil uji asumsi normalitas residual keputusan konsumen buah naga dengan menggunakan uji Kolmogorov-Smirnov disajikan pada Tabel 5.3. Tabel 5.3 menunjukkan bahwa nilai signifikansi Kolmogorov-Smirnov Z pada kolom *Asymp.*

Sig. (2-tailed) adalah sebesar 0,200. Nilai yang diperoleh lebih besar dari probabilitas kesalahan yang ditolerir, yaitu α 5% atau 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa tidak ada perbedaan antara distribusi residual dengan distribusi normal. Maka dapat disimpulkan bahwa data residual model berdistribusi normal dan model regresi linier keputusan konsumen buah naga memenuhi asumsi normalitas.

Tabel 5.3 Uji Asumsi Normalitas Model Keputusan Konsumen Buah Naga Menggunakan Uji Kolmogorov-Smirnov

Keterangan	N	Kolmogorov-Smirnov Z	Asymp. Sig. (2-tailed)
<i>Unstandardized Residual</i>			
Keputusan Konsumen Buah Naga	30	0,110	0,200

Sumber: Data Primer diolah

Uji Kesesuaian (*Test Goodness Of Fit*) Model Dan Uji Hipotesis

Setelah dilakukan uji asumsi, maka dilakukan uji kesesuaian model dan uji hipotesis. Hasil analisis faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen buah naga pada Tabel 5.4. Tabel 5.4 menunjukkan bahwa terdapat dua variabel yang berpengaruh terhadap keputusan konsumen buah naga (Y), yaitu harga buah naga (X1) dan pendapatan (X2).

Untuk mempermudah pembacaan hasil dan interpretasi analisis regresi, maka digunakan bentuk persamaan yang berisi konstanta dan koefisien-koefisien regresi yang didapat dari hasil pengolahan data yang telah dilakukan sebelumnya. Persamaan regresi faktor-faktor yang mempengaruhi keputusan konsumen buah naga adalah

$$\text{sebagai berikut : } \hat{Y} = 4,24 - 0,12X_1 + 0,87X_2$$

Pada model regresi ini, nilai konstanta yang tercantum adalah sebesar 4,24. Hal ini menunjukkan bahwa besar efek rata-rata dari seluruh variabel bebas terhadap variabel keputusan konsumen buah naga adalah sebesar 4,24. Namun karena variabel harga buah naga dan pendapatan bernilai nol atau tidak ada sama sekali maka nilai ini diabaikan dari model regresi.

Tabel 5.4 Hasil Analisis Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Keputusan Konsumen Buah Naga

No	Variabel Bebas	Koefisien Regresi	Sig.	Keterangan	
				5%	10%
	Konstanta	4,24	0,000		
1	Harga buah naga	-0,12	0,026	N	N
2	Pendapatan	0,87	0,000	N	N
R^2			0,94		
Signifikansi F			0,00		
Keterangan:					
tn = Tidak berpengaruh nyata					
n = Berpengaruh nyata					

Sumber: Data Primer diolah

Tabel 5.4 menunjukkan bahwa nilai koefisien determinasi (R^2) yang diperoleh adalah sebesar 0,94. Hal ini menunjukkan bahwa sebesar 94% variasi keputusan konsumen buah naga(Y) telah dapat dijelaskan oleh variabel harga buah naga (X1) dan pendapatan (X2). Sedangkan sisanya, sebesar 6% dipengaruhi oleh variabel lain yang belum dimasukkan ke dalam model.

Untuk menguji hipotesis secara serempak, dilakukan dengan uji F, dan secara parsial, dilakukan dengan uji t, dengan tingkat signifikansi dalam penelitian ini menggunakan α 10% atau 0,1. Hasil pengujian hipotesis diuraikan dalam bagian berikut.

1. Uji Pengaruh Variabel Secara Serempak

Hasil uji pengaruh variabel secara serempak dengan menggunakan uji F disajikan pada Tabel 5.4. Tabel 5.4 menunjukkan bahwa nilai signifikansi F adalah sebesar 0,00. Nilai yang diperoleh lebih kecil dari probabilitas kesalahan yang ditolerir, yaitu α 10% atau 0,1. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak atau H_1 diterima, yaitu variabel harga buah naga (X1) dan pendapatan (X2), secara serempak berpengaruh nyata terhadap variabel keputusan konsumen buah naga (Y).

2. Uji Pengaruh Variabel Secara Parsial

Setelah dilakukan uji pengaruh variabel secara serempak, pembahasan dilanjutkan dengan pengujian pengaruh variabel secara parsial. Hasil uji pengaruh variabel secara parsial dengan menggunakan Uji t disajikan pada Tabel 5.4.

a. Harga Buah Naga Terhadap Keputusan Konsumen Buah Naga

Tabel 5.4 menunjukkan bahwa variabel harga buah naga memiliki nilai signifikansi t sebesar 0,026. Nilai yang diperoleh lebih kecil dari probabilitas kesalahan yang ditolerir, yaitu α 10% atau 0,1. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak atau H_1 diterima, yaitu variabel harga buah naga (X1), secara parsial, berpengaruh nyata terhadap variabel keputusan konsumen buah naga. Pengaruh harga terhadap konsumsi juga ditunjukkan dalam hasil penelitian Febi Andana Permata

Sari (2016) yang berjudul *Analisis Perilaku Konsumen Buah Pisang Ambon di Pasar Tradisional di Kota Palembang*, Hasil Penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar faktor bauran pemasaran yaitu produk, harga dan tempat mempengaruhi proses pengambilan keputusan pembelian buah pisang ambon, kecuali promosi.

Nilai koefisien regresi dalam penelitian ini sebesar -0,12 menunjukkan bahwa setiap adanya pertambahan harga buah naga (X1) satu satuan akan mengurangi permintaan buah naga (Y) sebesar 0,12. Maksudnya jika harga buah naga bertambah sebesar seribu rupiah, maka akan terjadi pengurangan permintaan buah naga sebesar 0,12 kg. Hal ini sesuai dengan teori permintaan yang menyebutkan bahwa ketika harga naik maka permintaan terhadap barang tersebut akan semakin berkurang.

b. Pengaruh Pendapatan terhadap permintaan buah naga

Berdasarkan Tabel 5.4 yang menunjukkan bahwa variabel pendapatan memiliki nilai signifikansi t sebesar 0,000. Nilai yang diperoleh lebih besar dari probabilitas kesalahan yang ditolerir, yaitu α 10% atau 0,1. Hal ini menunjukkan bahwa H_0 ditolak atau H_1 diterima, yaitu variabel pendapatan (X2), secara parsial berpengaruh nyata terhadap variabel keputusan konsumen buah naga (Y).

Nilai koefisien regresi untuk variabel pendapatan adalah 0,87. Artinya jika pendapatan konsumen bertambah sejuta maka permintaan buah naga akan naik sebesar 0,87 kg. Hasil olah data menunjukkan hasil yang sesuai teori yaitu hubungan pendapatan terhadap permintaan adalah positif.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan

Dari hasil penelitian dan analisa yang dilakukan terhadap penelitian tersebut maka penulis dapat mengambil kesimpulan bahwa:

1. Harga buah naga dan Pendapatan konsumen berpengaruh nyata terhadap konsumsi buah naga di Kecamatan Panyabungan.

Saran

Adapun saran yang dapat penulis berikan dalam penelitian ini :

1. Kepada Peneliti lain disarankan meneliti lebih lanjut mengenai faktor- faktor yang mempengaruhi konsumsi buah naga dengan variabel yang berbeda seperti jarak, pendidikan, selera dan ramalan dimasa yang akan datang.
2. Kepada konsumen agar tetap mempertahankan minat konsumsi terhadap buah naga mengingat manfaat dan nilai gizi yang dikandung buah tersebut cukup bagus untuk kesehatan.

DAFTAR PUSTAKA

- Anonimus. 2013. *Mengkonsumsi Buah Naga Untuk Mengobati Penyakit*. Sinar Tani Edisi 15-21 Februari 2013.
- Anonimus. 2013. *Situasi yang Mengkonsumsi Buah Naga*. Harian Kabar Bisnis 2 September 2013
- Anonimus. 2014. *Asal dari Buah Naga*. Bumi Aksara. Surabaya
- Aulia Rahma Kautsari H 2013, *Analisis Perilaku Konsumen dalam Pembelian Kacang Mete*. Universitas Sebelas Maret. Surakarta
- Daniel, 2013. *Pengantar Ekonomi Pertanian*. Bumi Aksara. Jakarta
- Ellen G Tangkere dan Nathania Palar 2016. *Faktor Yang Mempengaruhi Harga Cabai Rawit Di kota Manado: Jurnal Agro-sosiekonomi Volume Nomor 12 Nomor 2*
- Febi Andana Permatasari, 2016. *Penelitian terdahulu tentang Analisis Perilaku Konsumen Buah Pisang*. Palembang
- Isnaini, 2013. *Kepopuleran Buah Naga di masyarakat*. Mandailing Natal
- Kristanto, D. 2013. *Buah Naga*. Penebar Swadaya. Jakarta.
- Nurul Idawati S.P, 2012. *Tentang Buah Naga*. Surakarta.
- Pebrianto, 2014. *Penelitian Terdahulu tentang Efisiensi Pemasaran dan Faktor yang menentukan Pembentukan harga cabai merah*. Lampung
- Rahayu. 2014. *Komposisi Gizi dari Buah Naga*. Jakarta.
- Sugiyono, 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta. CV.
- Winarno 2014. *Beragam Buah Naga*. Mandailing Natal

Lampiran 1. Output SPSS

Statistics

Nama Responden

N	Valid	30
	Missing	0

Nama Responden

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Abdus Syakur	1	3.3	3.3	3.3
Agussalim	1	3.3	3.3	6.7
Ahmad Husein	1	3.3	3.3	10.0
Aminullah	1	3.3	3.3	13.3
Armayani Lubis	1	3.3	3.3	16.7
Azmizar Yusuf	1	3.3	3.3	20.0
Desi Wahyuni	1	3.3	3.3	23.3
Ekki Prayogo	1	3.3	3.3	26.7
Firmansyah	1	3.3	3.3	30.0
Gifran Nasution	1	3.3	3.3	33.3
Hariadi	1	3.3	3.3	36.7
Ibrahim	1	3.3	3.3	40.0
Intan Permata Sari	1	3.3	3.3	43.3
Iskandar Muda	1	3.3	3.3	46.7
Joko Prayogo	1	3.3	3.3	50.0
Juli Hidayah	1	3.3	3.3	53.3
Juli Susanti	1	3.3	3.3	56.7
Khairunnisa Rangkuti	1	3.3	3.3	60.0
Linda Sari	1	3.3	3.3	63.3
Muhammad Rajab	1	3.3	3.3	66.7
Muhammad Riswan Rais	1	3.3	3.3	70.0
Nur Khadijah	1	3.3	3.3	73.3
Parwis Lubis	1	3.3	3.3	76.7
Putra Surya	1	3.3	3.3	80.0
Rahmad Avandi Nst	1	3.3	3.3	83.3

Riski Suryani Pohan	1	3.3	3.3	86.7
Risma Suhelo	1	3.3	3.3	90.0
Rizki Ardiansyah	1	3.3	3.3	93.3
Siti Khadijah	1	3.3	3.3	96.7
Zainal Arifin	1	3.3	3.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Kategori Umur

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid umur dewasa awal (<40 Tahun)	28	93.3	93.3	93.3
umur dewasa madya (40-60 Tahun)	2	6.7	6.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Kategori Jenis Kelamin

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	19	63.3	63.3	63.3
Perempuan	11	36.7	36.7	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Kategori Pendidikan

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid SMP	1	3.3	3.3	3.3
SMA	7	23.3	23.3	26.7
D3	3	10.0	10.0	36.7
S1	19	63.3	63.3	100.0
Total	30	100.0	100.0	

Pendapatan Per Bulan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Rp.1.000.000 - Rp.5.000.000	28	93.3	93.3	93.3
	>Rp.5.000.000	2	6.7	6.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Harga Buah Naga Yang Dijual Terjangkau Bagi Konsumen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	4	13.3	13.3	13.3
	Setuju	24	80.0	80.0	93.3
	Sangat Setuju	2	6.7	6.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Harga Buah Naga Sesuai Dengan Manfaat Yang Didapat

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	2	6.7	6.7	6.7
	Setuju	21	70.0	70.0	76.7
	Sangat Setuju	7	23.3	23.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Harga Buah Naga Sangat Berpengaruh Terhadap Konsumsi

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	2	6.7	6.7	6.7
	Setuju	14	46.7	46.7	53.3
	Sangat Setuju	14	46.7	46.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Harga Buah Naga Terlalu Tinggi Di Pasarkan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	4	13.3	13.3	13.3
	Kurang Setuju	8	26.7	26.7	40.0
	Setuju	16	53.3	53.3	93.3
	Sangat Setuju	2	6.7	6.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Harga Buah Naga Mempengaruhi Pendapatan Konsumen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	5	16.7	16.7	16.7
	Setuju	21	70.0	70.0	86.7
	Sangat Setuju	4	13.3	13.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Pendapatan Konsumen Sangat Berpengaruh Terhadap Mengkonsumsi Buah Naga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	2	6.7	6.7	6.7
	Setuju	23	76.7	76.7	83.3
	Sangat Setuju	5	16.7	16.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Jumlah Tanggungan Keluarga Merupakan Faktor Penting Menjadi Pertimbangan

Dalam Mengkonsumsi Buah Naga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	10	33.3	33.3	33.3
	Setuju	14	46.7	46.7	80.0
	Sangat Setuju	6	20.0	20.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Pendapatan Konsumen Tinggi Dan Harga Buah Naga Tinggi, Apakah Berpengaruh Terhadap Konsumsi ?

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	1	3.3	3.3	3.3
	Kurang Setuju	5	16.7	16.7	20.0
	Setuju	18	60.0	60.0	80.0
	Sangat Setuju	6	20.0	20.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Besaran Gaji Pokok Mempengaruhi Mengkonsumsi Buah Naga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	9	30.0	30.0	30.0
	Setuju	15	50.0	50.0	80.0
	Sangat Setuju	6	20.0	20.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Sebagai obat terhadap konsumen

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	4	13.3	13.3	13.3
	Setuju	25	83.3	83.3	96.7
	Sangat Setuju	1	3.3	3.3	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Warna dan rasa buah naga memberikan daya tarik untuk membeli buah naga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	1	3.3	3.3	3.3
	Setuju	21	70.0	70.0	73.3
	Sangat Setuju	8	26.7	26.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Ingin mengonsumsi langsung buah naga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Kurang Setuju	1	3.3	3.3	3.3
	Setuju	21	70.0	70.0	73.3
	Sangat Setuju	8	26.7	26.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Merupakan pilihan oleh-oleh dari panyabungan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Tidak Setuju	15	50.0	50.0	50.0
	Kurang Setuju	12	40.0	40.0	90.0
	Setuju	3	10.0	10.0	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

Ingin menjual kembali buah naga

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sangat Tidak Setuju	5	16.7	16.7	16.7
	Tidak Setuju	15	50.0	50.0	66.7
	Kurang Setuju	8	26.7	26.7	93.3
	Setuju	2	6.7	6.7	100.0
	Total	30	100.0	100.0	

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Konsumsi * Harga	Between Groups	(Combined)	17.093	7	2.442	.642	.717
		Linearity	.165	1	.165	.043	.837
		Deviation from Linearity	16.928	6	2.821	.741	.622
	Within Groups		83.707	22	3.805		
	Total		100.800	29			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Keputusan Konsumsi * Harga	.040	.002	.412	.170

ANOVA Table

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Keputusan Konsumsi * Pendapatan	Between Groups	(Combined)	12.200	7	1.743	.433	.871
		Linearity	2.200	1	2.200	.546	.468
		Deviation from Linearity	10.000	6	1.667	.414	.862
	Within Groups		88.600	22	4.027		
	Total		100.800	29			

Measures of Association

	R	R Squared	Eta	Eta Squared
Keputusan Konsumsi* Pendapatan	.035	.022	.348	.121

Coefficients^a

Model		Collinearity Statistics	
		Tolerance	VIF
1	Harga	.999	1.001
	Pendapatan	.999	1.001

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumsi

Coefficient Correlations^a

Model			Pendapatan	Harga
1	Correlations	Pendapatan	1.000	-.035
		Harga	-.035	1.000
	Covariances	Pendapatan	.032	-.001
		Harga	-.001	.042

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumsi

Collinearity Diagnostics^a

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	Harga	Pendapatan
1	1	2.985	1.000	.00	.00	.00
	2	.011	16.228	.02	.21	.82
	3	.003	30.530	.98	.79	.18

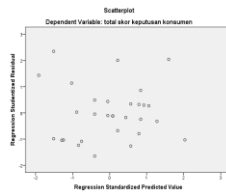
a. Dependent Variable: Keputusan Konsumsi

Residuals Statistics^a

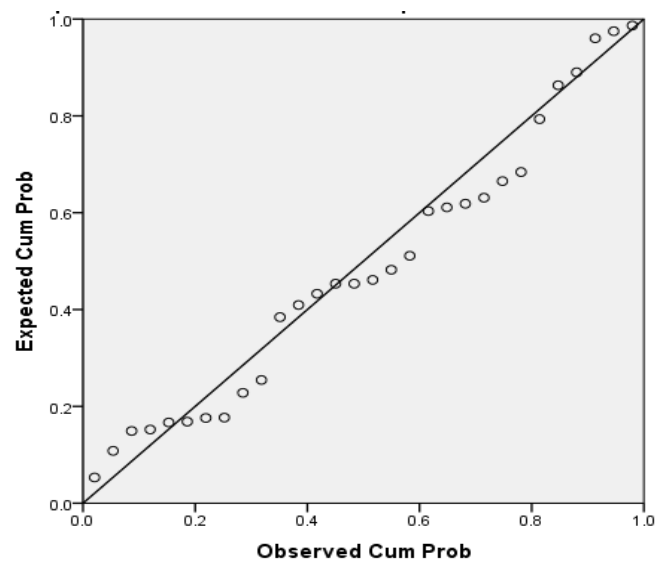
	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation	N
Predicted Value	16.66	17.78	17.20	.283	30
Std. Predicted Value	-1.916	2.033	.000	1.000	30
Standard Error of Predicted Value	.350	1.063	.571	.199	30
Adjusted Predicted Value	15.79	18.18	17.19	.452	30
Residual	-3.085	4.229	.000	1.843	30
Std. Residual	-1.616	2.214	.000	.965	30
Stud. Residual	-1.649	2.351	.003	1.036	30
Deleted Residual	-3.215	4.766	.014	2.138	30
Stud. Deleted Residual	-1.707	2.587	.018	1.079	30
Mahal. Distance	.010	8.015	1.933	2.140	30
Cook's Distance	.000	.496	.058	.109	30
Centered Leverage Value	.000	.276	.067	.074	30

a. Dependent Variable: Keputusan Konsumsi

Scatter Plot
Dependent Variable : Keputusan Konsumsi



Normal P-P Plot of Regression Standardized Residual
Dependent Variable : Keputusan Konsumsi



One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		30
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	1.84272960
Most Extreme Differences	Absolute	.110
	Positive	.110
	Negative	-.074
Test Statistic		.110
Asymp. Sig. (2-tailed)		.200 ^{c,d}

a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

d. This is a lower bound of the true significance.

Regression

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.970 ^a	.942	.937	.458

a. Predictors: (Constant), Pendapatan, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Konsumsi

ANOVA^b

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	91.303	2	45.651	217.630	.000 ^b
	Residual	5.664	27	.210		
	Total	96.967	29			

a. Predictors: (Constant), Pendapatan, Harga

b. Dependent Variable: Keputusan Konsumsi

Coefficients^a

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
	B	Std. Error	Beta		
1 (Constant)	4.240	.795		5.336	.000
Harga	-.127	.054	.139	-2.361	.026
Pendapatan	.879	.059	.880	14.992	.000

a. Dependent Variable: Keputusan konsumsi